

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian ini yang menggunakan metode analisis faktor dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi siswa memilih sekolah di SMK Nasional Mojosari sebagai berikut :

1. Faktor satu, faktor Produk sekolah dengan nilai varian sebesar 15,885 yang terdiri dari variabel (Pilihan jurusan dan ekstrakurikuler dengan nilai *loading* 0,710), (Status terakreditasi A dengan *loading* 0,733) dan (Kemampuan guru dengan nilai *loading* 0,653).
2. Faktor dua, faktor Lokasi dengan nilai varian sebesar 5,173 yang terdiri dari variabel (Lokasi sekolah mudah di akses dengan *loading* 0,770) dan (Berada di wilayah banyak sekolah dengan *loading* 0,746).
3. Faktor tiga, faktor Budaya dengan nilai varian sebesar 5,026 terdiri dari variabel (Tempat aman dan nyaman dengan *loading* 0,839) dan (Kebiasaan tidak diterima di sekolah negeri dengan *loading* 0,896).
4. Faktor empat, faktor Fasilitas dengan nilai varian sebesar 4,405 yang terdiri dari variabel (Tempat bersih dengan *loading* 0,703), (Ketersediaan mushollah dengan *loading* 0,749) dan (Ketersediaan 1 unit mobil dengan *loading* 0,523).
5. Faktor lima, faktor Persepsi peran dengan nilai varian sebesar 4,002 yang terdiri dari variabel (Gambaran sekolah SMK Nasional Mojosari dengan *loading* 0,740) dan (Keyakinan diri dengan *loading* 0,549).

6. Faktor enam, faktor Promosi dengan nilai varian sebesar 3,805 yang terdiri dari variabel (Melalui sosial media youtube atau instagram dengan *loading* 0,538) dan (Bekerjasama dengan perusahaan dan instansi perkantoran dengan *loading* 0,741).
7. Faktor tujuh, faktor Motivasi dengan nilai varian sebesar 3,502 yang terdiri dari variabel (Kebutuhan wawasan atau ilmu pengetahuan dengan *loading* 0,796).
8. Faktor delapan, faktor lab yang representatif dengan nilai varian sebesar 3,426 yang terdiri dari variabel (Pemilihan ruang lab dengan *loading* 0,646) dan (Rasa percaya diri dengan *loading* 0,796).
9. Faktor sembilan, faktor Sinergi sekolah dan alumni dengan nilai varian sebesar 3,402 yang terdiri dari variabel (Ketersediaan lapangan olahraga dengan *loading* 0,633) dan (Kelompok alumni SMK Nasional Mojosari dengan *loading* 0,617).
10. Faktor sepuluh, faktor Proses dengan nilai varian sebesar 3,026 yang terdiri dari variabel (Proses pembelajaran serius tapi santai dengan *loading* 0,792).
11. Faktor sebelas, faktor Sosial dengan nilai varian sebesar 2,923 yang terdiri dari variabel (Keluarga utama atau besar sekolah dengan *loading* 0,812) dan (Kemudahan bergaul dengan *loading* 0,631).
12. Faktor dua belas, faktor Kecekatan dengan nilai varian sebesar 2,839 yang terdiri dari variabel (Kecekatan dengan *loading* 0,727).
13. Faktor tiga belas, faktor Situasi ekonomi dengan nilai varian sebesar 2,725 yang terdiri dari variabel (Pendapatan keluarga dengan *loading* 0,754).

14. Faktor empat belas, faktor Bonus dengan nilai varian sebesar 2,627 yang terdiri dari variabel (Gratis biaya spp dan seragam sekolah 100 pendaftar pertama dengan *loading* 0,744).
15. Faktor lima belas, faktor Beasiswa dengan nilai varian sebesar 2,482 yang terdiri dari variabel (Beasiswa bagi siswa berprestasi dengan *loading* 0,786).

Dari ke lima belas faktor terbentuk yang paling berpengaruh terhadap siswa dalam memilih sekolah di SMK Nasional Mojosari adalah faktor Produk sekolah dengan nilai varian sebesar 15,885.

B. Saran

1. Kepada pihak sekolah SMK Nasional Mojosari disarankan tetap dipertahankan untuk promosi secara berkala. Untuk pilihan jurusan bisa ditambah lagi dengan menambah jurusan yang akan diambil siswa baru seperti multimedia. Untuk bonus siswa 100 pendaftar pertama bisa ditambah lagi kuota yang mendapat bonus untuk menarik siswa baru agar semakin banyak kedepannya.
2. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah faktor dalam penelitiannya dan mengembangkannya. Untuk jumlah sampel dalam penelitian selanjutnya bisa memakai 4, 5 atau 10 kali dari jumlah variabel penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2013). *Manajemen Dan Pemasaran Jasa*. Cetakan Ke-10. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi analisis multivariated dengan progam ibm spss 23 edisi 8*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, Imam. (2017). *Penngantar statistika inferensial*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Hapsari Setyowardhani, Tengku Ezni Balqiah. 2014. *Perilaku Konsumen*. Cetakan 8: Edisi 1. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Hurriyati, Ratih. (2015). *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*. Cetakan Ke-04. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, P dan K. L. Keller Amstrong. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid I. Penerbit Erlangga. Jakarta. dan G, Armstrong. 2012. *Principle of Marketing*. Edisi 14 Pearson Prentice Hall. New Jersey.
- Lupiyadi, Rambat. (2014). *Pemasaran jasa*. Cetakan ke-11, edisi 1. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Maholtra, K Naresh. (2006). *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan*. Edisi 4. Jakarta : Indeks
- Moleong, L. 2014. *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: Rosda karya.
- Musfar, Tengku Firli. (2018). *Bauran Pemasaran Pada Barang Dan Jasa*. Cetakan Pertama. Riau: Universitas Riau.
- Reza E, Nur Khisom. 2014. *Judul Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembellian Online Shop 43 (Four Three) Di Kota Jember*. Skripsi Progam Sarjana Ekonomi Manajemen. Progam Sarjana Ekonomi. Jember: Universitas Jember.

- Sagita Isnia, Elanda. 2015. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan E-Money*. Skripsi Progam Sarjana Ekonomi Manajemen. Progam Sarjana Ekonomi. Surabaya: Universitas Negeri Surabaya.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Cetakan Ke-23. Bandung: Alfabeta
- Wahyudi Abadi, Eka. 2015. *Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan konsumen Dalam Mengambil Keputusan Membeli Produk Handphone Android*. Skripsi Progam Sarjana Ekonomi Manajemen. Progam Sarjana Ekonomi. Mojokerto : Universitas Islam Majapahit.
- Wardani, Andrianti Tri. 2015. *Judul Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Partisipasi Anggota Dalam Pembelian Di Kopma Unesa*. Skripsi Progam Sarjana Ekonomi Manajemen. Progam Sarjana Ekonomi. Surabaya : Universitas Negeri Surabaya.